

# BAB 1

## PENDAHULUAN

Pada bab ini, dikemukakan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Rumah merupakan salah satu prasarana fisik yang dapat menunjang kelangsungan hidup manusia dalam status sosialnya di dalam masyarakat. Rumah merupakan suatu tempat dimana terjadinya proses pendidikan, pendewasaan diri, bersosialisasi dengan lingkungan sehingga manusia itu sendiri dapat menjadi manusia yang berkepribadian dan bertingkah laku yang baik, serta berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga. Sedangkan perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi dengan prasarana dan sarana lingkungan.

Semakin banyaknya kebutuhan permintaan akan rumah menyebabkan semakin banyak bermunculan perumahan-perumahan baru, persaingan akan menjadi semakin sulit dan *developer* akan berusaha meningkatkan mutu dan servis dari perumahan yang dipasarkannya seperti lokasi yang strategis, kondisi yang *privacy security* yang terjamin serta sarana fasilitas yang lengkap.

Perumahan-perumahan yang memiliki fasilitas dapat memancing hasrat orang untuk tinggal diperumahan tersebut. Beberapa perumahan memiliki fasilitas layaknya perkotaan. Pengembangnya membangun berbagai fasilitas, mulai dari sekolah, tempat berbelanja, hiburan keluarga seperti (kolam renang), lapangan olah raga *indor*, serta taman hijau. Kemudahan akses, fasilitas yang lengkap, pengembangan yang fokus, nilai jual yang ditawarkan dan lokasi adalah sederetan kriteria konsumen jika ingin membeli rumah. Banyak perumahan yang dibangun dari sisi

aksesnya mungkin sudah memadai, tetapi dari sisi fasilitas masih belum mencukupi.

Kelengkapan fasilitas akhirnya mempengaruhi nilai jual sebuah hunian, adanya fasilitas lingkungan yang lengkap membuat kawasan menjadi "hidup" dan akan menjadi magnet bagi penghuni sekitar.

Dalam bisnis properti perumahan, banyak hal yang perlu dilakukan oleh perusahaan properti agar konsumen dapat dengan nyaman tinggal dirumah yang mereka huni dengan *view* yang indah, sehat dan segala kebutuhan dapat dengan mudah terpenuhi.

Dilihat dalam hal tersebut maka penentuan lokasi perumahan akan sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian, karena seorang pembeli akan mempertimbangkan dari segi lokasi perumahan tersebut.

Untuk memenangkan bisnis properti ini, diperlukan adanya konsep perumahan yang baik, komitmen *developer* dalam menyesuaikan lokasi strategis yang bersaing sehingga menarik minat konsumen untuk membeli. Sedangkan penentuan kebijakan konsep dari perumahan itu sendiri, lokasi dan kelengkapan fasilitas menuntut kecermatan dan kemampuan yang terarah sehingga dapat meningkatkan volume penjualan, efisiensi waktu dan biaya perusahaan. Untuk itu perusahaan properti harus dapat mempertimbangkan masalah-masalah yang dihadapi seperti konsep perumahan dengan fasilitas dan lokasi yang strategis untuk mempengaruhi tingkat penjualan.

Penjualan sangat erat kaitannya dengan keputusan pembelian. Dalam konsep penjualan, konsumen membeli suatu produk karena berbagai pertimbangan yang disesuaikan dengan kondisi dan karakter dari konsumen. Peningkatan penjualan rumah di perumahan *Green Ratna Residence* disebabkan oleh berbagai faktor. Secara umum dibagi kedalam 2 (dua) faktor yakni faktor internal seperti bauran pemasaran, kebijakan segmentasi, target pasar dan *positioning*. Dari faktor eksternal dipengaruhi oleh tingkat persaingan, kondisi ekonomi, dan tren pasar. Dalam penelitian ini faktor yang menjadi penyebab peningkatan penjualan dilihat

dari faktor internal yang merupakan bagian dari bauran pemasaran yakni fasilitas dan lokasi.

Perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh status sosial, pekerjaan, penghasilan, pendidikan, pribadi, dan psikologis. Apabila kita mengamati kebiasaan konsumen sebelum pembelian rumah, biasanya konsumen terlebih dahulu membandingkan antara rumah yang satu dengan yang lainnya agar kebutuhan dan keinginannya terpuaskan dan kemudian konsumen melakukan keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2013), seseorang dalam melakukan pengambilan keputusan untuk membeli rumah tidak secara langsung dapat dilakukan, namun harus melalui beberapa proses yang disebut dengan *buyer decision process*, yaitu suatu proses yang harus dilakukan oleh seseorang sebelum memutuskan untuk membeli rumah. Proses tersebut dimulai dari kebutuhan mengenal produk yang dijual (*need recognition*), pencarian informasi (*information search*), evaluasi alternative (*evaluation of alternatives*), keputusan membeli (*purchase decision*), dan perilaku setelah proses pembelian (*post purchase behavior*).

Semua proses tersebut akan berujung pada keputusan pembelian, apabila produk yang ditawarkan oleh pihak pengembang perumahan dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh konsumen. Keputusan pembelian adalah keputusan yang menyebabkan seorang konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merk yang tergabung dalam perangkat pilihan. Jadi keputusan membeli merupakan salah satu rangkaian atau proses dari perilaku konsumen dalam melaksanakan pembelian dengan pertimbangan yang rasional.

Dari uraian di atas, bahwa pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian belum diketahui secara pasti untuk itu, maka akan

diadakan penelitian terhadap pembelian rumah *Green Ratna Residence* yang dipasarkan oleh PT. Galaxy Media Properti Bekasi yang berada dikawasan Jatibening, Bekasi.

Berdasarkan pemaparan mengenai latar belakang masalah diatas dan pertimbangan penulis maka skripsi ini berjudul :

**“Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Rumah Green Ratna Residence Pada PT. Galaxy Media Properti)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Persaingan perumahan saat ini semakin ketat. Karena semakin banyak bermunculan banyak perumahan baru di kota Bekasi. Ternyata perumahan yang berlokasi di dekat Tol dalam kota masih menarik konsumen. Pembeli rata-ratanya adalah karyawan yang bekerja di daerah Jakarta dan sekitarnya dan juga keluarga yang mencari lokasi perumahan yang dekat dengan fasilitas dan lokasinya mudah dijangkau.

Semakin ketatnya persaingan menuntut developer perumahan yang ada di Bekasi yang rata-rata sudah sejak lama bergerak dibisnis perumahan harus semakin memperhatikan keinginan para pembelinya. Dan semakin banyak perumahan-perumahan baru yang ada di kota Bekasi membuat alternatif yang ditawarkan kepada konsumen juga semakin banyak. Hal itu menyebabkan konsumen akan mudah berpindah-pindah dalam waktu yang relative pendek.

Mengacu pada latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka dapat dirinci pokok permasalahan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian properti rumah di *Green Ratna Residence* Jatibening Bekasi?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian properti rumah di *Green Ratna Residence* Jatibening Bekasi?
3. Apakah fasilitas dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian properti rumah di *Green Ratna Residence* Jatibening Bekasi?

**Universitas Bhayangkara Jaya**

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian properti rumah di *Green Ratna Rsedience* Jatibening Bekasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian properti rumah di *Green Ratna Rsedience* Jatibening Bekasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian properti rumah di *Green Ratna Rsedience* Jatibening Bekasi.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk sarana pengembangan ilmu pengetahuan dalam penerapan ilmu *marketing* yang berkaitan dengan menarik minat konsumen khususnya fasilitas dan lokasi dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

Bagi Penulis penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dan bekal ilmu pengetahuan serta sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat dibangku perkuliahan sehingga dapat membandingkan yang didapat dalam bidang manajemen pemasaran dengan prakteknya dilapangan.

Bagi Perusahaan dapat dijadikan acuan bagi perusahaan pengembang dalam menentukan fasilitas perumahan dan lokasi perumahan yang akan dibangun.

Bagi Pembaca/Masyarakat sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam mengambil keputusan terutama dalam melakukan jual-beli properti perumahan.

## 2. Manfaat praktis

Bagi PT. Galaxy Media Properti penelitian ini sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam rangka menentukan strategi pemasaran yang tepat oleh perusahaan yaitu mengetahui daur hidup produk/*product life cycle*, mengetahui posisi persaingan perusahaan di pasar, dan juga mengetahui situasi ekonomi agar tercapai tujuan perusahaan dalam pasar persaingan penjualan properti.

### 1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian mengenai pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian produk properti tidak melebar dari permasalahan maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan sebagai berikut :

1. Obyek penelitian ini adalah pembeli properti rumah di *Green Ratna Residence* Jatibening bekasi.
2. Variabel yang akan diteliti adalah fasilitas dan lokasi yang digunakan oleh para penjual properti.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

#### **BAB 1           PENDAHULUAN**

Pada bab ini, dikemukakan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

#### **BAB 2           TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang konsep dan teori mengenai keputusan pembelian, fasilitas dan lokasi. Selanjutnya dari konsep tersebut akan dirumuskan hipotesis dan akhirnya

**Universitas Bhayangkara Jaya**

terbentuk suatu kerangka penelitian teoritis yang melandasi penelitan ini.

### **BAB 3           METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang design penelitian, tahapan penelitian, jenis data dan cara pengambilan sampel, metode analisis data serta teknik pengolahan data yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian.

### **BAB 4           HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini harus mengikuti tujuan dan batasan penelitian seperti tercantum dalam Bab I.

### **BAB 5           KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran bagi pihak yang terkait dan peneliti berikutnya untuk kemungkinan adanya penelitian dengan topik yang sejenis

